

## BAB II

### TINJAUAN UMUM

#### II.1. Dunia Otomotif di Indonesia

Hingga saat ini telah banyak bermunculan merk-merk mobil baru yang masuk ke Indonesia, termasuk juga merk-merk lama yang mengalami pembaharuan. Kebanyakan merk-merk baru tersebut adalah keluaran dari negara Jepang dan Korea Selatan sedangkan pada jaman dulu merk-merk yang mendominasi didatangkan dari Eropa dan Amerika. Mobil-mobil jaman sekarang sudah mengalami perubahan yang sangat mencolok, terutama pada bagian mesin dan bentuk. Bentuk-bentuk model kuno sudah ditinggalkan dan sudah mengarah bentuk-bentuk yang sudah dimodifikasi. Baik dari segi warna, besar kecil mobilnya, model velg, suspensi, interiornya dan sebagainya.

Seiring dengan munculnya berbagai macam merk mobil yang masuk ke Indonesia, juga muncul adanya suatu badan/ organisasi untuk mengamati perkembangan dunia otomotif, baik dalam strategi promosi, penyediaan perlengkapan/ komponen-komponen mobil dan motor, serta penyelenggaraan event-event dalam dunia olah raga otomotif.

Organisasi otomotif di Indonesia

##### 1. Gabungan Industri Kendaraan Bermotor Indonesia (GAIKINDO)

Sebagai satu-satunya organisasi industri otomotif di Indonesia yang berdiri sejak tahun 1969, dengan tujuan untuk mempromosikan



perkembangan industri otomotif di Indonesia serta untuk menghapuskan kompetisi (persaingan) yang tidak sehat antar produsen otomotif di Indonesia.

## 2. Gabungan Industri Alat-alat Mobil dan Motor (GIAMM)

Adalah organisasi yang mewadahi produsen-produsen peralatan mobil dan motor di Indonesia yang menghasilkan komponen-komponen atau perlengkapan mobil dan motor.

## 3. Ikatan Motor Indonesia (IMI)

Merupakan suatu organisasi otomotif di Indonesia yang berfungsi sebagai pengatur penyelenggaraan peristiwa-peristiwa kejuaraan adu balap mobil atau motor di Indonesia.

### II.1.1. Perkembangan Industri Otomotif di Indonesia

Terjadinya krisis energi di dunia berbanding terbalik dengan meningkatnya tuntutan masyarakat terhadap sarana transportasi. Pada awalnya industri otomotif berkembang dari jalur perdagangan yang kegiatannya hanya sekedar melakukan impor kendaraan utuh dari luar negeri. Pemerintah mengeluarkan kebijaksanaan larangan impor kendaraan siap pakai atau CBU (*Completely Built Up*), keharusan pemakaian komponen dalam negeri serta pengenaan bea cukai yang tinggi bagi kendaraan sedan. Selain itu juga dimaksudkan untuk memperkuat struktur industri sehingga diharapkan pada waktu mendatang industri otomotif nasional akan mampu menghasilkan



kendaraan sendiri secara utuh, masuk dengan komponennya yang sesuai dengan standart internasional.

### II.1.2. Tinjauan Faktual Otomotif Nasional

Krisis moneter yang dialami Indonesia menyebabkan penjualan mobil nasional pada tahun 1998 terpuruk pada tingkat paling rendah (total 58.303 unit), (OTOMOTIF No.26/IX November 1999), hal ini merupakan imbas dari krisis ekonomi yang melanda Indonesia dan negara asia lainnya. Keadaan tersebut bertolak belakang pada era tahun 1992-1997 dimana pada masa tersebut sempat terjadi booming di dunia otomotif.

Tahun 1999 merupakan kebangkitan dari lesunya pasar mobil di Indonesia, sampai bulan oktober 1999 dari beberapa ATPM yang ada sudah tercatat 64.773 unit. Hal ini seiring dengan stabilnya perekonomian di Indonesia dan berkat deregulasi peraturan perundang-undangan otomotif yang dikeluarkan oleh pemerintah.

### II.2. Komunitas Mobil (*Car Community*)

Ada banyak definisi yang menjelaskan tentang arti komunitas. Tetapi setidaknya definisi komunitas dapat didekati melalui; pertama, terbentuk dari sekelompok orang; kedua, saling berinteraksi secara sosial di antara anggota kelompok itu; ketiga, berdasarkan adanya kesamaan kebutuhan atau tujuan dalam diri mereka atau di antara anggota kelompok yang lain; keempat, adanya wilayah-wilayah individu yang terbuka untuk anggota kelompok yang



lain. Sedangkan mobil adalah sebuah teknologi dengan berbagai macam jenis dan merk, yang berhubungan dengan dunia mesin beserta perlengkapannya yang dijadikan sebagai alat transportasi roda empat. Komunitas Mobil (*Car Community*) adalah suatu kelompok yang terdiri dari banyak orang yang mempunyai satu hobi yang sama terhadap satu jenis, maupun suatu merk mobil.

Untuk menandakan apakah kebiasaan-kebiasaan yang muncul dari komunitas itu merupakan kebudayaan, **Malinowski** membuat 4 (empat) kriteria, yaitu sistem norma yang memungkinkan kerjasama antara para anggota masyarakat untuk menyesuaikan diri dengan alam sekelilingnya, organisasi ekonomi, alat-alat dan lembaga-lembaga, dan organisasi kekuatan.

Komunitas mobil di Indonesia sebenarnya sudah dikenal cukup lama, mulai sekitar tahun 1988-an. Ibu Kota Jakarta dengan kepadatan kendaraan roda empat yang tergolong cukup tinggi juga melahirkan banyak komunitas mobil. Sejalan dengan perkembangan jaman, komunitas mobil tua di Jakarta semakin surut, dan muncul komunitas-komunitas mobil yang lebih modern. Banyak kalangan muda yang membentuk suatu komunitas mobil, atau bergabung dengan komunitas mobil yang sudah ada. Kalangan orang tua pun tidak kalah ramainya.

Beberapa komunitas mobil di Jakarta telah terbentuk dan melakukan aktivitasnya, berkumpul salah satunya. Alternatif tempat berkumpul juga berbeda-beda untuk setiap komunitas mobil. Ada yang cenderung memamerkan, maka pusat keramaian menjadi tempat tujuan utama bagi



mereka yang ingin nongkrong sekaligus memamerkan komunitasnya. Ada juga yang cenderung menyendiri, mereka lebih memilih tempat yang relatif jauh dari pusat keramaian, dan lebih mengutamakan interaksi dengan sesama anggota. Mungkin dalam hal ini mereka masih tergolong baru dan belum percaya diri untuk memamerkan eksistensi komunitasnya. Perbedaan ini tidak menjadi masalah, karena merupakan privasi komunitas.



**Gambar 2.1. Komunitas-Komunitas Mobil di Jakarta**

Komunitas mobil di Yogyakarta baru mulai muncul sekitar tahun 1995, dan dari beberapa komunitas mobil hanya bertahan beberapa saat saja.



Komunitas mobil yang ada di Yogyakarta mulai ramai sekitar tahun 1997-an dengan munculnya beberapa nama komunitas mobil yang baru, akan tetapi sampai dengan saat ini belum memiliki wadah sendiri. Sedangkan komunitas motor yang ada di Yogyakarta sudah memiliki wadah sendiri yaitu *Jogjakarta Automotive Community* akan tetapi sampai saat ini belum memiliki kantor sekertariat yang tetap, setidaknya komunitas motor tersebut sudah memiliki wadah dan nama sendiri.

**Tabel 2.1. Klub-klub Mobil di Yogyakarta**

No.	Nama Club	Thn Berdiri	Jenis Kendaraan	Tempat Berkumpul	Anggota
1	Street Legal	2001	Umum	UGM	Umum
2	Kobal	2005	Umum	Kedai Kopi Gejayan	Umum
3	Great Corolla	2000	Corolla	UGM	Umum
4	Jogja Jazz Club	2005	Jazz	Jln. Urip Sumoharjo	Umum
5	Experience	2005	Umum	UGM	Umum
6	Holden Club	1998	Holden	Jln. Urip Sumoharjo	Umum
7	Mitsubishi Lancer	2003	Lancer	Jln. Urip Sumoharjo	Umum
8	Hurricane	2001	Umum	Kedai Kopi Gejayan	Umum
9	Corokakuz	1998	Umum	Jln. Urip Sumoharjo	Umum
10	Freedom	2003	Umum	Jln. Urip Sumoharjo	Umum
11	Limited	2003	Umum	Jln. Urip Sumoharjo	Umum
12	Option	1998	Umum	Jln. Urip Sumoharjo	Umum
13	Simple Technology	2005	Umum	Jln. Urip Sumoharjo	Umum
14	Jogja Feroza Club	2001	Feroza	Snap Café Gejayan	Umum
15	BJG Indonesia	2001	Umum	Jln. Urip Sumoharjo	Umum

(Sumber : Pengamatan Penulis, 2009)



Tidak jauh berbeda dengan Kota Jakarta, seiring dengan berjalannya waktu, komunitas mobil di Yogyakarta juga semakin bertambah dan dengan aktivitas yang hampir semuanya sama. Berkumpul merupakan kebiasaan para komunitas mobil, dengan tujuan yang bermacam-macam, baik tujuan sosial, sekedar nongkrong, konvoi, berekreasi, saling bertukar pikiran satu sama lain, bahkan sampai dengan menguji adrenalin dari tiap komunitas dengan mengadu kecepatan mobilnya yang hanya untuk menunjukkan gengsi sesaat. Alternatif tempat berkumpul dari para komunitas mobil ini tidak jauh beda dengan komunitas mobil di Jakarta. Pusat keramaian maupun tempat yang jauh dari keramaian menjadi ajang memamerkan komunitasnya pada orang-orang yang melintas.



**Gambar 2.2. Berkumpulnya Black Car Community**

Selain itu juga dikenal adanya kontes dan pameran. Kontes dan pameran dalam hal ini berkaitan dengan dunia otomotif, yang sudah di kenal cukup lama oleh kalangan penghobi otomotif maupun kalangan umum.

Kontes dan pameran sering diselenggarakan di berbagai kota besar seperti Medan, Jakarta, Bandung, Surabaya, dan juga di Yogyakarta. Pada awalnya kontes dan pameran yang ada di Indonesia hanya berlangsung dengan konsep sederhana. Seiring dengan perkembangan jaman dan teknologi serta mengikuti trend dunia otomotif luar negeri, kontes dan pameran yang ada di Indonesia semakin berkembang pesat, bahkan Indonesia sudah mampu mengirim berbagai kontestan mobil untuk mengikuti event-event dunia.



**Gambar 2.3. Kontes Mobil Event Djarum Black Community**

Di luar negeri pernah diadakan pameran otomotif khusus mobil yang digabungkan dengan pameran dunia aero modeling, yaitu pameran pesawat terbang yang menggunakan hanggar sebagai ruang pamer indoor dan area sekitar hanggar sebagai ruang pamer outdoor. Hal ini menggambarkan di luar negeri menganggap bahwa dunia otomotif mobil tidak kalah gengsinya dengan dunia aero modeling.





**Gambar 2.4. Pameran Mobil dan Pesawat di Hanggar, Frankfurt Jerman**

### **II.3. Aktivitas Komunitas Mobil**

Aktivitas komunitas mobil dapat menjadi sarana berekspresi, mengembangkan kreatifitas, berelasi, berkomunikasi, saling bertukar pikiran. Dari aktivitas ini dapat menciptakan dunia baru bagi kaum generasi tua dan muda dalam menyalurkan hobinya, agar terbebas dari keadaan yang membosankan disaat mereka ingin mengekspresikan dirinya baik secara individu maupun berkelompok.

Salah satu kelompok minat yang sedang cukup digemari oleh orang tua maupun muda saat ini yaitu bergabung dalam komunitas otomotif khususnya mobil, dan lebih dikenal dengan *car community*. Besarnya minat kaum tua dan muda dalam bidang ini dibuktikan dengan salah satu aktivitasnya yaitu adanya berbagai event pameran dan kontes modifikasi

mobil yang mengatas namakan komunitasnya dan selalu padat oleh peserta maupun pengunjung yang ingin menyaksikan sendiri secara langsung.



**Gambar 2.5. Kontes Modifikasi Mobil di Senayan, Jakarta**

Melalui kelompok minat ini kaum generasi tua dan muda dapat menunjukkan kreatifitas individu, kekompakan dalam berkomunitas, berekspresi dan berkompetisi dengan yang lain. Di sini kaum generasi tua dan muda dapat berkumpul dan menambah teman yang memiliki kegemaran dan minat yang sama, saling berbagai informasi dan belajar. Di sini mereka memiliki kesempatan sebebasnya untuk beraktivitas, menyalurkan hobi dan minat yang dapat membawanya menjadi lebih positif.

### **II.3.1. Kontes Modifikasi**

Dalam dunia otomotif, bagi sebagian orang yang menggeluti hobi dalam dunia otomotif, mereka tidak puas jika memakai kendaraan hanya dengan produk standart yang dikeluarkan oleh pabrik. Modifikasi dilakukan

banyak orang karena tujuan tertentu. Disamping untuk kepuasan, juga untuk kepentingan/ keperluan tertentu misalnya untuk kompetisi seperti kontes modifikasi dan balapan.

Secara umum kontes modifikasi dapat diartikan sebagai kontes dalam mengubah kendaraan untuk mendapatkan tampilan atau performa kendaraan yang menarik, inovatif serta memiliki ciri khas tersendiri. Kegiatan kontes modifikasi memiliki karakteristik yang sama dengan pameran. Hanya saja dalam kontes modifikasi lebih mengutamakan unsur sosial dan *entertainment*, dan tidak mengutamakan unsur komersialnya, walaupun sama-sama memamerkan kendaraan. Berbagai macam modifikasi pada mobil, yaitu :

- Eksterior

Perubahan atau penambahan elemen kendaraan pada tampilan luar, antara lain : body, kap mesin, kaki-kaki, spoiler, velg, knalpot, dan lain-lain.

- Interior

Perubahan atau penambahan elemen kendaraan pada tampilan dalam, antara lain : plafond, pintu, dashboard, jok mobil, audio, dan lain-lain.

- Mesin

Merubah kinerja mesin untuk menambah kecepatan (NO2), mengiritkan bahan bakar, menambah daya mesin, mengurangi polusi, menstabilkan kinerja mesin.





**Gambar 2.6. Modifikasi Eksterior, Interior, dan Mesin pada Mobil**

Beberapa kelas yang terdapat dalam kontes modifikasi, yaitu :

- Air Brush

Jenis kendaraan yang dimodifikasi dengan cat semprot dengan konsep dan pola tertentu, dengan penilaian pada finishing, tingkat kerumitan gambar, dan harmonisasi penggabungan warna. Dalam kelas ini semua cat asli dari kendaraan sudah tidak dapat dilihat dan seakan tertutup oleh kreatifitas dari pemilik kendaraan.

- Ceper

Jenis kendaraan yang dimodifikasi pada kaki-kaki dan juga bodi dari mobil, sehingga memiliki jarak kurang dari 5 (lima) centimeter dari permukaan tanah.

- Air Boomber

Jenis kendaraan yang dimodifikasi tidak jauh beda dengan kelas ceper, akan tetapi pada kelas ini lebih berteknologi, yaitu dengan menggunakan *Air Boomber* pada kaki-kaki. Teknologi ini memiliki kelebihan dapat mengatur tinggi rendahnya suspensi pada mobil yang

dikendalikan secara terpusat. Tinggi rendah suspensi dapat diatur pada tiap-tiap roda maupun secara bersamaan.

- Sistem Audio

Jenis kendaraan yang dimodifikasi pada sistem audionya dengan konsep dan pola tertentu, dengan penilaian pada konsep dan pola, tingkat kerumitan, dan juga kualitas suara yang dihasilkan/ SQ (*Sound Quality*).

- Extrem

Jenis kendaraan yang dimodifikasi secara extrem, yang pada umumnya dilakukan dengan mengubah body atau chassis, dan lebih mengutamakan ide serta trik dalam memodifikasi. Dalam kelas ini juga dilakukan penggabungan dari kelas-kelas lainnya yang disatukan dalam sebuah konsep. Mulai dari Air Brush, Sistem Audio, Suspensi, Body, Velg, dan Teknologi yang mendukung dijadikan dalam satu konsep tertentu.

### II.3.2. Pameran

Salah satu kegiatan dari komunitas mobil yang lain adalah pameran. Pameran dalam dunia otomotif adalah salah satu cara untuk menunjukkan produk hasil karya baik yang bersifat umum maupun khusus, dalam hal ini adalah dalam bidang otomotif. Pameran yang bersifat umum seperti pameran produk kendaraan, *spare parts*, maupun hal-hal yang mempunyai kaitan erat



dengan pemakaian kendaraan mobil pada umumnya. Sedangkan untuk pameran yang bersifat khusus, adalah pameran-pameran yang mempunyai tujuan khusus, seperti pameran mobil dari komunitas tertentu maupun gabungan antar beberapa komunitas untuk menunjukkan keberadaan mereka sekaligus memamerkan kreatifitas dari masing-masing komunitas dalam memodifikasi kendaraannya.

Diluar negeri, pameran produk-produk mobil sangat sering diadakan. Hal ini bertujuan agar masyarakat mengetahui perkembangan otomotif yang ada. Selain itu, pameran-pameran tersebut juga mempunyai nilai ekonomi bagi suatu perusahaan otomotif untuk memperkenalkan produk mereka kepada masyarakat.



**Gambar 2.7. Stand Pameran**  
**Sumber : Indonesia Tunner, Top Gear Indonesia, Motor, 2005**



### II.3.3. Konvoi

Salah satu kegiatan dari komunitas mobil adalah konvoi, yaitu berkendara sepanjang jalan dalam suatu kota maupun antar kota, dengan jalur yang telah ditentukan terlebih dahulu, dan dilakukan secara berkelompok yang terdiri dari beberapa mobil yang telah tergabung dalam sebuah komunitas mobil.

Konvoi ini ada yang sifatnya resmi dan tidak resmi. Resmi dalam arti adanya ijin yang dilakukan pengurus komunitas kepada pihak kepolisian untuk melakukan konvoi di sepanjang jalan yang telah ditentukan. Ada yang menggunakan kawalan polisi dan ada yang tidak menggunakan kawalan.

Konvoi tidak resmi dalam arti tidak adanya ijin dari pengurus komunitas kepada pihak kepolisian. Selama konvoi berjalan sesuai dengan peraturan lalu lintas yang ada dan tidak mengganggu pengguna jalan umum, maka tidak akan ada teguran dari pihak kepolisian. Tetapi terkadang ada juga beberapa komunitas yang melakukan konvoi baik disengaja maupun tidak sengaja telah mengganggu pengguna jalan umum, sehingga menimbulkan kesan negatif dari adanya komunitas mobil. Tindakan seperti ini pasti mendapat teguran dari pihak kepolisian, dan bahkan bisa mendapatkan sanksi berupa larangan untuk konvoi.

### II.3.4. Rekreasi

“ Rekreasi adalah kegiatan yang dilakukan oleh perorangan, kelompok, atau semua umur secara suka rela pada waktu yang luang untuk



memulihkan kesegaran jasmani, rohani dan mendapat kesenangan dan hiburan  
 “ (Poerwadarminta, 1976)

“ Arti rekreasi mencakup pengertian bermain bagi anak-anak yang merupakan kegiatan kreatif yang mempunyai sifat-sifat fungsional bagi orang dewasa, kegiatan main-main itu dinamakan rekreasi “ (Joseph Loe, 1953)

Aktifitas manusia bisa dikatakan sebagai rekreasi, apabila mempunyai ciri-ciri rekreasi yaitu :

- Tidak mempunyai bentuk dan macam tertentu, mempunyai tujuan rekreasi dan dilakukan pada waktu senggang.
- Aktifitas rekreasi dilakukan karena terdorong oleh motif rekreasi yang menentukan gerak atau bentuk dan macam aktivitas yang akan dilakukan.
- Aktifitas rekreasi dilakukan pada waktu senggang dan tidak mengganggu aktifitas harian.
- Aktifitas rekreasi dilakukan dalam suasana bebas tanpa adanya paksaan.
- Rekreasi bersifat universal, dilakukan sepanjang jaman.
- Rekreasi dilakukan secara sungguh-sungguh untuk mendapat kesenangan dan kepuasan.
- Rekreasi bersifat fleksibel, tidak terbatas oleh tempat, kemampuan dan peralatan.

Berdasarkan aktivitas utamanya rekreasi dapat dibedakan menjadi :

- Rekreasi fisik

Jenis rekreasi yang menggunakan tenaga fisik, misal : arung jeram, renang, dll.

- Rekreasi sosial

Rekreasi dengan interaksi sosial yang menjadi aktivitas utamanya, misal: makan bersama keluarga.

- Rekreasi kognitif

Rekreasi yang berhubungan dengan mental seseorang.

- Rekreasi yang berhubungan dengan alam

Rekreasi yang menggunakan alam, seperti outbound.

Berdasar jenis aktivitas yang dilakukan :

- Entertainment (Kesukaan)
- Amusement (Kesenangan)
- Recreation (Bermain dan Hiburan)
- Relaxation (Santai)

Berdasar sifat kegiatannya :

- Rekreasi Aktif

Rekreasi yang memerlukan tenaga fisik, pelaku aktif dan berhubungan secara langsung dengan kegiatan.

- Rekreasi Pasif

Pelaku melakukan kegiatan secara pasif.

Berdasar bentuknya :

- Rekreasi Tertutup

Kegiatan rekreasi dilakukan dalam ruangan.

- Rekreasi Terbuka

Kegiatan rekreasi dilakukan diluar ruangan ataupun di alam terbuka.

Berdasar tingkat usia pelaku dan jenis kegiatannya :

- 3 – 15 tahun

Kegiatan yang dilakukan adalah bermain.

- 16 – 24 tahun

Kegiatan bersifat aktif.

- 25 – 54 tahun

Kegiatan lebih cenderung hobi.

- 55 tahun

Kegiatan lebih bersifat pasif.

Sebagai aktivitas rekreasi yang menjadi kebiasaan Komunitas Mobil, rekreasi yang sering dilakukan adalah rekreasi fisik, baik aktif maupun pasif yang berupa *entertainment*, *amusement* dan *relaxation* yang dilakukan di dalam ruang untuk kegiatan *game centre*, *café and lounge*, bowling, billiard, karaoke, dan ruang luar untuk relaksasi.





#### II.4. Ruang/ Fasilitas Kebutuhan Komunitas Mobil

Komunitas Mobil (*Car Community*) adalah suatu kelompok yang terdiri dari banyak orang yang mempunyai satu hobi yang sama terhadap satu jenis, maupun suatu merk mobil. Sebagai suatu komunitas mobil biasanya membutuhkan suatu ruang/ fasilitas yang dapat mengakomodasi aktivitas yang berhubungan dengan dunia otomotif, antara lain :

- Hall yang biasa digunakan sebagai ruang indoor untuk pengadaan kontes maupun pameran dari komunitas mobil.
- Showroom sebagai ruang display untuk mobil dari setiap komunitas mobil.

Dari kedua fasilitas tersebut produsen juga dapat memanfaatkan pewadahan ini sebagai ajang memperkenalkan produk-produk mereka beserta keunggulannya, dengan harapan menarik minat konsumen untuk membeli produk tersebut. Bagi konsumen produk-produk otomotif, dengan adanya pewadahan ini akan memberi kemudahan dalam memperoleh informasi dan layanan jasa otomotif yang mereka butuhkan.

Selain itu Komunitas Mobil (*Car Community*) juga membutuhkan beberapa fasilitas pendukung yang juga dapat dimanfaatkan oleh masyarakat umum, antara lain :

- Bengkel sebagai tempat untuk jasa perawatan mobil maupun suku cadang.



- Asesoris yang selalu ramai akan konsumen penghobi modifikasi mobil.
- Salon dan Pencucian mobil sebagai tempat bagi para pengguna mobil yang ingin kendaraannya terbebas dari segala kotoran.
- Open space yang digunakan untuk beberapa aktivitas seperti ruang pameran *outdoor*, *drifting*, *slalom*, dan lain sebagainya.

Fasilitas penunjang yang berfungsi sebagai fasilitas pelengkap untuk mendukung fungsi dari bangunan, antara lain : cafe and lounge, sarana rekreasi, game center, dan sebagainya.

#### II.4.1. Hall

Hall adalah sebuah ruang tertutup yang memiliki karakter kuat, kokoh, megah, dengan dimensi dan bentangan yang cukup luas, yang biasanya digunakan sebagai ruang serbaguna. Memiliki sifat ruang yang fleksibel, dengan susunan interior semi permanen yang dapat diubah sewaktu-waktu, multi fungsi dalam arti bisa digunakan untuk event-event seperti pameran komputer, book fair, job fair, pesta pernikahan, konser musik, dan lain-lain.

Dalam dunia otomotif, hall biasa digunakan sebagai tempat untuk pengadaan event-event seperti kontes mobil/ motor, pameran-pameran otomotif seperti pameran produk mobil/ motor, pameran asesoris, pameran modifikasi, pameran audiomobil, dan lain-lain yang berhubungan dengan event-event otomotif.





**Gambar 2.8. Plenary Hall, Jakarta Convention Center (JCC), Senayan, Jakarta**

#### **II.4.2. Ruang Pamer (*Showroom*)**

Tidak jauh beda dengan Hall, ruang pameran (*showroom*) dalam dunia otomotif adalah salah satu ruang untuk menunjukkan produk hasil karya baik yang bersifat umum maupun khusus, dalam hal ini adalah dalam bidang otomotif. Pameran yang bersifat umum seperti pameran produk kendaraan, *spare parts*, maupun hal-hal yang mempunyai kaitan erat dengan pemakaian kendaraan mobil pada umumnya. Sedangkan untuk pameran yang bersifat khusus, adalah pameran-pameran yang mempunyai tujuan khusus, seperti pameran mobil dari komunitas tertentu maupun gabungan antar beberapa komunitas untuk menunjukkan keberadaan mereka sekaligus memamerkan kreatifitas dari masing-masing komunitas dalam memodifikasi kendaraannya.

Diluar negeri, pameran produk-produk mobil sangat sering diadakan. Hal ini bertujuan agar masyarakat mengetahui perkembangan otomotif yang ada. Selain itu, pameran-pameran tersebut juga mempunyai nilai ekonomi bagi suatu perusahaan otomotif untuk memperkenalkan produk mereka kepada masyarakat.



**Gambar 2.9. Showroom Mobil BMW di Adelaide**

#### II.4.3. Bengkel

Bengkel : tempat untuk memperbaiki sesuatu.

Bengkel otomotif merupakan fasilitas pelayanan jasa perawatan maupun suku cadang.. Bengkel secara garis besar dapat dibedakan menjadi :

- Bengkel resmi

Bengkel yang mempunyai atau sudah mendapat lisensi dari ATPM (Agen Tunggal Pemegang Merk) dari suatu merk kendaraan tertentu. Biasanya bengkel ini mempunyai banyak pegawai dan mekanik.

- Bengkel umum

Bengkel yang tidak mempunyai ikatan dengan salah satu ATPM yang ada. Bengkel ini adalah yang paling sering kita temui, karena tempatnya dapat dimana saja, tidak tergantung dengan aturan-aturan dari agen resmi.

**Tabel 2.2. Perbedaan Bengkel Resmi dan Bengkel Umum**

	Bengkel Resmi	Bengkel Umum
Pegawai	- mekanik berlisensi	- mekanik umum
Bengkel	- ATPM	- ditangani perorangan
	- ada susunan organisasi	- menerima semua merk
	- hanya merk sesuai ATPM	- tidak ada pembagian ruang dan kurang teratur
	- Ada pembagian ruang dan teratur	- peralatan kebanyakan manual
	- Peralatan modern	

(Sumber : Analisis Penulis, 2009)

Dilihat dari cara kerja kedua jenis bengkel ini tidak banyak perbedaan, hanya pada pengorganisasian kinerjanya saja. Bengkel resmi cenderung lebih formal, sedang bengkel umum lebih bersifat kekeluargaan.

Selain bengkel resmi dan bengkel umum masih ada bengkel modifikasi atau lebih sering disebut *rumah modifikasi*. Jenis bengkel ini sekarang sedang populer. Bengkel ini tidak semata menerima servis atau perbaikan kendaraan pada sektor mesin dan perangkatnya saja, tapi juga menerima perbaikan pada sektor penampilan kendaraan (modifikasi). Jadi





selain mereparasi, bengkel ini juga menjual asesoris guna mempercantik penampilan kendaraan.



Gambar 2.10. Bengkel Umum Kendaraan Mobil

#### II.4.4. Asesoris

Adalah suatu tempat dengan pedagang yang memiliki modal cukup kuat dengan sasaran konsumen terbatas pada masyarakat ekonomi menengah ke atas, konsumen penghobi modifikasi, dan konsumen yang menginginkan barang yang dapat digunakan dimobilnya agar terlihat lain dari yang lain.

Toko ini dikhususkan untuk menawarkan dan menjual barang-barang asesoris dan kebutuhan tambahan/ penunjang yang tidak ada pada *dealer* resminya, ataupun barang-barang tersebut *costum* (dibuat dengan sendirinya) untuk mengikuti pasar konsumen yang sedang diinginkan.



**Gambar 2.11. Asesoris Mobil**

Fungsi asesoris sangat erat hubungannya dengan dunia modifikasi dan banyak diminati oleh para modifikator sebagai penghobi dalam dunia otomotif dan juga komunitas mobil yang ada. Berbagai macam modifikasi yang dilakukan di tempat asesoris ini antara lain :

- Eksterior

Perubahan atau penambahan elemen kendaraan pada tampilan luar, antara lain: body, kap mesin, kaki-kaki, spoiler, velg, knalpot, dan lain-lain.

- Interior

Perubahan atau penambahan elemen kendaraan pada tampilan dalam, antara lain : plafond, pintu, dashboard, jok mobil, audio, dan lain-lain.

- Mesin

Merubah kinerja mesin untuk menambah kecepatan (NO2), mengiritkan bahan bakar, menambah daya mesin, mengurangi polusi, menstabilkan kinerja mesin.

#### II.4.5. Salon dan Pencucian Mobil

Adalah tempat orang untuk merawat/ membersihkan mobil dengan keseluruhan mulai dari eksterior, interior, poles kaca, poles velg, dan poles ban. Salon mobil lebih dikhususkan untuk mobil agar terlihat mengkilap seperti baru lagi secara keseluruhan, dan biaya lebih relatif mahal dan waktu relatif sehari-hari. Salon mobil sudah pasti dicuci lalu dipoles dengan obat khusus perawatan cat bodi, perawatan kulit untuk interior, dan sebagainya. Sedangkan cuci mobil membersihkan mobil dari kotoran/ noda keseharian dan waktunya pun dapat ditunggu oleh konsumen, yaitu kurang lebih 30 menit. Cuci mobil hanya menggunakan air, sampo, lalu dilap dengan lap kering.



Gambar 2.12. Salon dan Pencucian Mobil

#### II.4.6. Open Space

Merupakan ruang terbuka untuk kegiatan yang bersifat outdoor, dengan kapasitas area yang cukup luas, tidak ada batas area, tidak ada overhead sebagai pembatas atas. Sebagai batasan tertentu untuk pembatas tiap sisi samping dapat berupa tembok, vegetasi, maupun aktivitas sekumpulan orang.

Dalam kaitannya dengan dunia otomotif, open space merupakan ruang terbuka yang digunakan untuk kegiatan-kegiatan otomotif seperti event kontes, pameran, *test drive*, *drag race*, *drifting*, *slalom*, *freestyle*, berkumpulnya komunitas mobil/ motor, dan lain-lain dalam kaitannya dengan dunia otomotif.



Gambar 2.13. Drifting Car di JIExpo, Kemayoran, dan Toyota Yaris Slalom



Gambar 2.14. Kumpul Komunitas VW di Kediri, VW-Jambore, 2009



Gambar 2.15. Kumpul Komunitas Respect Squad, Jakarta

#### II.4.7. Game Center

*Game Centre* adalah pusat untuk melakukan kegiatan yang berhubungan dengan segala bentuk permainan (yang berhubungan dengan dunia otomotif).

Game atau yang lebih familiar dengan sebutan “*Video Game*” adalah jenis hiburan yang menggunakan peralatan elektronik seperti video, televisi dan alat elektronik lainnya.

Permainan video game sudah banyak kita jumpai di mall dan pusat-pusat hiburan lainnya. Jenis permainan ini dapat disebut sebagai “*Rekreasi Amusement*”.

Menurut kategori/ jenis permainannya, video game dapat dibedakan menjadi :

- Arcade

Jenis permainan yang membutuhkan dua atau lebih pemain. Permainan ini bersifat saling mengadu keterampilan antar pemain. Jenis *arcade* ini dapat dibagi lagi menjadi :

- *racing*
- *fighting*
- *shooting*

- Adventure

Permainan ini berupa permainan petualangan, dimana pemainnya bisa dua atau lebih dan saling bekerja sama untuk menyelesaikan permainan.





Dalam memainkan video game, banyak faktor yang ikut terlibat, mulai dari faktor visual, keterampilan tangan, juga kecepatan berpikir dari pemain, dan semua itu juga tidak terlepas dari unsur kebersamaan.

#### II.4.8. *Café and Lounge*

Adalah sebuah fasilitas umum dari *Jogja Car Community Center* yang menjadi salah satu daya tarik bagi pengunjung umum untuk melakukan kegiatan yang bersifat menyenangkan, santai dan sebagai tempat berkumpul, mengobrol, sambil menikmati hidangan atau yang ditawarkan dari fasilitas tersebut.

*Café and Lounge* menawarkan berbagai macam hidangan makanan dengan tempat yang eksklusif dan nyaman bagi konsumen pada saat berkumpul sambil menikmati aneka macam minuman atau makanan ringan.

#### II.5. Karakteristik Komunitas Mobil

Perkumpulan pemilik kendaraan roda empat biasanya membentuk perkumpulan yang biasanya disebut Komunitas Mobil (*Car Community*), dimana tiap Komunitas Mobil memiliki karakteristik yang berbeda antara komunitas satu dengan yang lainnya.

Dalam sebuah komunitas, karakteristik sangatlah penting baik pada komunitas skala besar maupun kecil. Karakteristik tersebut yaitu sarana untuk berbagi perasaan yang sesungguhnya, memberi semangat satu dengan lainnya, mendukung satu dengan lainnya, memaafkan, kejujuran, mengakui



kelemahan/ kerendahan hati, menghargai setiap perbedaan, dan rutinitas. Sedangkan karakteristik pada Komunitas Mobil yaitu style kendaraan, gaya hidup, tingkat kemampuan/ daya beli suatu produk otomotif, dan rutinitas berkumpul. Komunitas Mobil ini memiliki beberapa karakter antara lain Elegan, Menyatu, Atraktif, Rekreatif, Dinamis, Terbuka, dan Sporty

### II.5.1. Elegan

Elegan : Karakter yang sederhana, apa adanya, tidak berlebihan, akan tetapi memiliki nilai seni yang lebih dan tidak ketinggalan jaman.

Dalam konteks dunia komunitas mobil, elegan merupakan salah satu karakteristik yang menjadi trend gaya hidup kaum eksekutif muda saat ini maupun sebagai sebuah konsep gubahan kendaraan. Bahkan beberapa produsen otomotif juga sudah banyak meluncurkan produk kendaraan standart yang berkonsep elegan tanpa harus memodifikasinya. Pada bagian eksterior memiliki bentuk yang sederhana, ornamen yang minimalis, permainan garis-garis yang tegas, warna cenderung monokrom, sampai dengan pemakaian ban dan velg dengan dimensi yang besar, menjadikan kesan kokoh dan megah pada sebuah kendaraan.

Tidak ketinggalan pada bagian interior yang juga bernuansa elegan dengan pemakaian tekstur, ornamen, dan juga warna yang menyatu secara keseluruhan. Bahan kulit pada jok mobil, permainan cahaya pada panel-panel instrumen dashboard, ornamen interior yang bernuansa chrom, bahkan sampai dengan teknologi digital, seperti jok kursi yang dapat diatur posisinya sesuai



kenyamanan dengan menggunakan tombol-tombol yang dapat diakses secara terpusat, kinerja mesin yang sudah menggunakan sistem komputer (ECU), sensor parkir sampai dengan sensor kecelakaan, dan lain-lain.

#### II.5.2. Menyatu

Komunitas Mobil terbentuk dari gabungan atau persatuan dari beberapa orang yang memiliki hobi yang sama, yaitu otomotif. Persatuan ini biasanya memiliki visi dan misi yang sama, dan memiliki keanggotaan minimal 5 (lima) orang anggota.

#### II.5.3. Atraktif

Karakter Komunitas Mobil yang satu ini didasarkan pada sifat kaum muda yang cenderung mudah tertarik dengan hal-hal baru yang menarik hatinya, dan selalu ingin memamerkan hasil ketertarikannya tersebut yang menjadi bagian dari kegiatannya dan cenderung menarik perhatian lingkungan sekitarnya.

#### II.5.4. Rekreatif

Sebagai salah satu karakter dari Komunitas Mobil dimana mereka memiliki aktivitas rekreasi yang menjadi kebiasaan Komunitas Mobil, rekreasi yang sering dilakukan adalah rekreasi fisik, baik aktif maupun pasif yang berupa *entertainment*, *amusement* dan *relaxation*.



### II.5.5. Dinamis

Komunitas Mobil memiliki karakter dinamis yaitu mereka tidak pernah merasa puas dengan hasil yang telah mereka capai. Salah satu contoh adalah mereka tidak pernah puas dengan hasil modifikasi mobilnya, sehingga mereka selalu berkreasi dan tidak pernah berhenti untuk memodifikasi.

### II.5.6. Terbuka

Karakter terbuka pada Komunitas Mobil dapat dilihat dari komunitas tersebut tidak pernah menutup keanggotaan bagi mereka yang mempunyai kegemaran/ hobi yang sama, yaitu otomotif.

### II.5.7. Sporty

Karakter Komunitas Mobil dimana mereka gemar melakukan aktivitas yang bersifat olah raga, seperti olah raga ringan untuk kepentingan kesehatan tubuh mereka sendiri, maupun olah raga ekstreem seperti balapan, freestyle, slalom, dll.

